

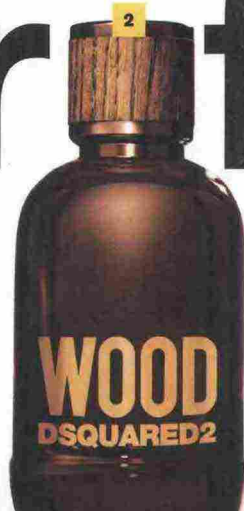
Bellezza uomo

Non ^{Fragranze maschili} chiamatelo solo profumo

Per lui è anche una potente arma di seduzione. Le note? Audaci, sensuali e irresistibili. Ed è come l'auto: se lo sceglie da solo

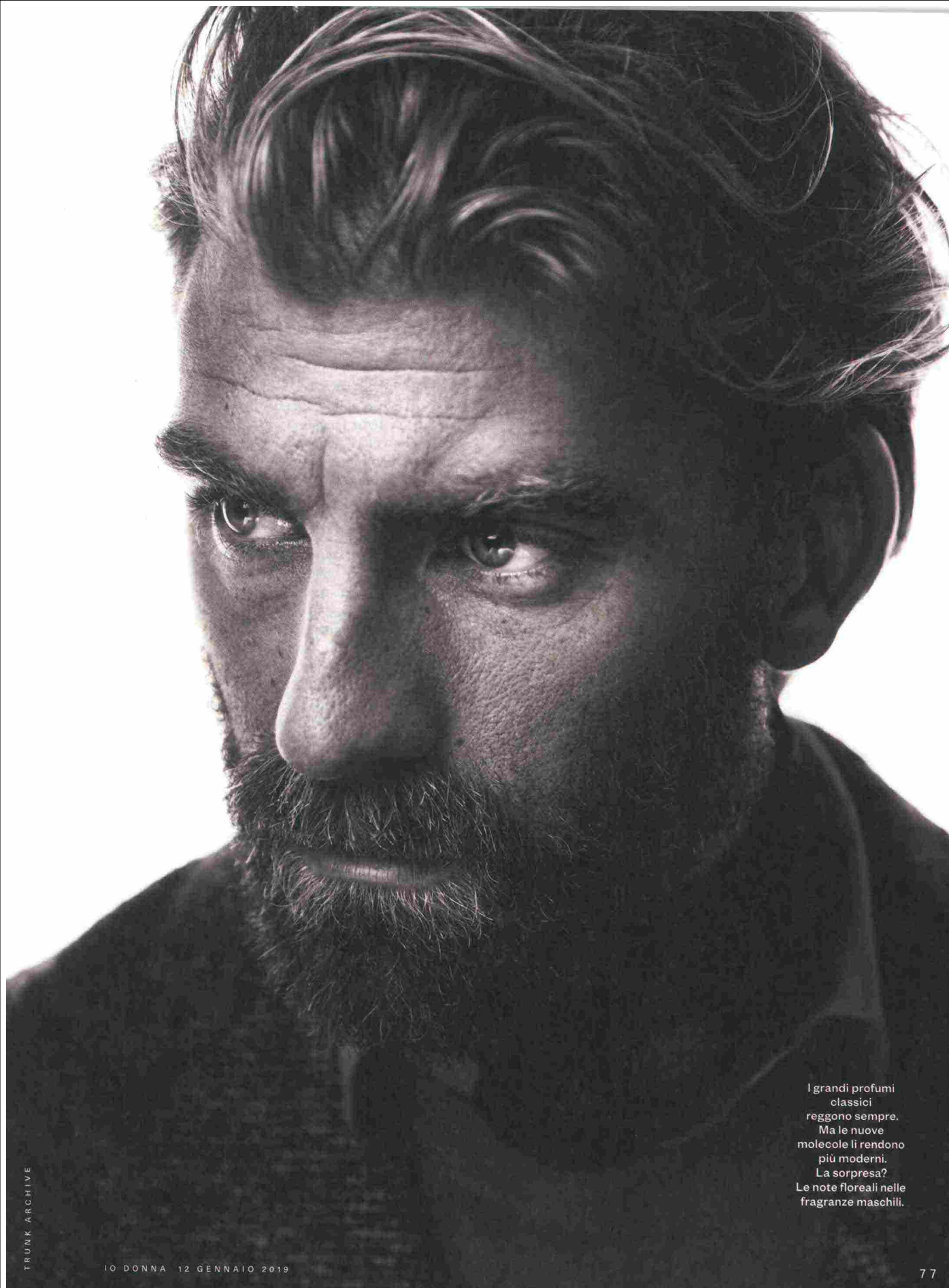
di Francesca Marotta

1. Colonia Sandalo, avvolge il legno pregiato con agrumi e fava tonka ACQUA DI PARMA 232 euro.
2. Wood, fra agrumi e legni DSQUARED2 84 euro.



La presenza delle fragranze maschili in profumeria è sempre più "ingombrante". Rappresenta, infatti, il 38 per cento del totale, guadagnando terreno alla velocità del 2 per cento l'anno sulla quota femminile del 62 per cento, come riporta l'ultimo rapporto Euromonitor International, l'istituto che analizza i trend del mercato. E chi ancora pensa che sia il gentil sesso a scegliere colonie, eau de toilette e profumi per il

SEGUE



TRUNK ARCHIVE

IO DONNA 12 GENNAIO 2019

I grandi profumi
classici
reggono sempre.
Ma le nuove
molecole li rendono
più moderni.
La sorpresa?
Le note floreali nelle
fragranze maschili.

77

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 062835

Profumi



1. L'Homme Prada Absolu: ode all'iris PRADA 110 euro.
2. The One Grey: basilico, lavanda, salvia e tabacco DOLCE&GABBANA 67 euro.
3. Platinum, on the road: ananas, ginepro, patchouli COACH 75 euro.

partner, deve definitivamente ricredersi. Qualcosa sta cambiando, e anche se non è ancora ai livelli di consumo dell'altra metà della mela, lui sceglie e acquista (da solo) con estrema cura. La stessa riservata all'acquisto di un'automobile.

«Quando si parla di profumi, oggi l'uomo è più evoluto di un tempo», dice Monica Micheletti, Fine Fragrance Director di Firmenich, colosso mondiale nella produzione di essenze. «Una mutazione dei costumi legata anche a un cambio di prospettiva maschile: ormai un jus non rappresenta unicamente il gesto finale della toeletta, ma è vissuto come un complice essenziale del proprio stile. Irrinunciabile». Non solo. L'uomo vede nel profumo anche una potente e magica arma di seduzione: «Deve essere un mix di note audaci, generose e irresistibili, in un perfetto equilibrio tra forza, luce e ombra, freschezza e sensualità, vivacità e comfort. Deve farlo sentire ambito, bramato, desiderato. Una sorta di abito perfetto: quando trova la vibrazione giusta non l'abbandona facilmente», spiega Fabrice Pellegrin, creatore di profumi. «I commenti positivi sulla fragranza, poi lo rassicurano, perché confermano il suo sex appeal».

La vendita dei profumi maschili è in aumento: rappresenta il 38 per cento del totale delle vendite

Nuove note

Cocktail esclusivi agrumati, speziati e legnosi racchiusi in flaconi scultorei di vetro pregiato, con colori che vanno dal grigio al nero, al rosso fiammante: per la scelta dell'essenza giusta l'uomo può contare su moltissime proposte. A cominciare dai classici, che hanno raggiunto lo status di "senza tempo". «Quando hanno fatto il loro ingresso in profumeria non seguivano una tendenza. Continuano a piacere perché negli anni sono diventati una certezza, sia per il brand sia per la qualità delle materie prime. Sono anche una sorta di "scelta rifugio": chi li usa sa di non sbagliare», sottolinea Pellegrin.

Alcune firme olfattive intramontabili sono state ritoccate dalle mani esperte dei maestri profumieri: «Il mondo delle essenze è in continua evoluzione, e il profumiere dispone continuamente di nuove molecole all'avanguardia e ingredienti naturali di qualità sempre più elevata, che permettono di portare modernità a formule già esistenti», dice Pellegrin, che con Aurélien Guichard ha reinventato e reso ancora più potente la nota acquatica in L'Eau Super Majeure d'Issey di Issey Miyake. L'inserimento di essenze floreali gioca un ruolo sempre più importante nella costruzione di un profumo maschile: «Sfruttando la loro capacità di valorizzare le altre note, per il nuovo Wood di DSquared2 abbiamo selezionato le foglie di violetta, dal sentore intenso ma non invasivo, per creare una vibrazione verde particolare, introduzione ideale all'accordo sofisticato di legni bianchi ottenuti con metodi di estrazione innovativi, che apportano risvolti inediti e vegetali», spiegano Daphné Bugey e Alberto Morillas creatori di profumi.

È curiosa, informatissima e vorace consumatrice di esperienze olfattive la generazione dei Millennials: «Sono ricettivi e amano sperimentare. Sono uomini in erba dai gusti evoluti, intelligenti e indipendenti, dal fiuto istintivo e formidabile: cercano e trovano rapidamente l'alchimia che li soddisfa», conclude Pellegrin. **io**



4. L'Eau Super Majeure D'Issey: il profumo di aria di mare ISSEY MIYAKE 64,50 euro.
5. Uomo Signature: agrumi, cardamomo e cannella SALVATORE FERRAGAMO 66 euro.
6. Romamor, un classico al cardamomo, lavanda e ambra LAURA BIAGIOTTI da 45,90 euro.
7. Eros Flame, il profumo della passione VERSACE 98 euro.
8. Profumo Rabarbaro, jus dolcemente, L'ERBOLARIO LODI 22,90 euro.
9. Shock-in-Scent, legnoso speziato POLICE 34 euro.
10. La Vaniglia, sensuale, dal Madagascar COLLISTAR 80 euro.